

Т.А. Бутенко, канд. екон. наук, доцент

В.М. Дьоміна канд. техн. наук, доцент

В.М. Сирий, старш. викладач

Ю.О. Сотников, канд. екон. наук, доцент

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

ВПРОВАДЖЕННЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ, БІЗНЕС-МОДЕЛІ, БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

У статті проаналізовано проблеми розвитку сільського туризму в Україні. Наведено дані про основні бізнес-моделі агротуризму. Конкретизовано інтегровану бізнес-модель спортивно-оздоровчої бази в заповідній зоні навчально-дослідного лісгоспу ХНАУ ім В.В. Докучаєва. Надано рекомендації щодо активізації розвитку аграрного туризму в Україні.

***Ключові слова:** сільський туризм, зелений туризм, екотуризм, бізнес-модель, бізнес-план.*

Постановка проблеми. Упровадження сільського туризму в Україні, на відміну від країн ЄС, перебуває у початковому стані. Це вимагає кластеризації існуючих бізнес-моделей і розробки відповідних бізнес-планів з урахуванням специфіки України та її регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сільський туризм (агротуризм) – сектор туристичної галузі, орієнтований на використання природних, культурно-історичних, інших ресурсів сільської місцевості та її специфіки для створення комплексного туристичного продукту. Обов'язкова умова: - наявність засобів розміщення туристів (індивідуальних або спеціалізованих) у сільській місцевості або малих містах без промислової і багатоповерхової забудови [1,2].

Сучасний агротуризм сформувався у 80-х рр. минулого століття і на сучасному етапі його популярність у світі зростає. У Європі склалися британська, німецька, французька, італійська, чеська та польська моделі, які приносять до 20 % загального доходу індустрії туризму. В Іспанії діє національна програма з розвитку цього виду відпочинку [3].

Специфікою сільського туризму в Україні є рекреаційні можливості території країни та чимала кількість самотніх сіл, де зберігаються національні традиції і фольклор. Зараз у нашій країні існує три різновиди

сільського туризму: так званий *зелений туризм*, пов'язаний з безпосередньою участю відпочивальників у сільськогосподарській діяльності; *сільський відпочинок*, коли туристи проживають у будинках місцевих жителів або в спеціально побудованих садибах, ознайомлюються з місцевими природними, рекреаційними, історико-архітектурними, культурно-побутовими традиціями; *екотуризм* - науково-пізнавальний вид сільського туризму характерний для поселень і сіл, розташованих у межах національних парків і заповідників [4].

Сільський туризм здатний вирішити соціальні проблеми українського села. За даними Державної служби статистики [5], середньорічна кількість працездатного населення, що проживає в сільській місцевості становить 6,4 млн осіб. З них понад 0,5 млн зареєстровані як безробітні, а 3 млн відносять себе до незайнятого населення. Агротуризм спроможний вирішити проблеми зайнятості сільського населення, а кошти, отримані від його впровадження, могли б використовуватися місцевими громадами на поліпшення інфраструктури місцевості.

Правовою базою для розвитку агротуризму є Закон України «Про особисте селянське господарство» [6], який дає право власнику сільської садиби надавати послуги у сфері зеленого туризму. Розвитком екотуризму займається Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні [7]. Вона концентрує дані про екотуризм в різних регіонах країни, займається його популяризацією, проведенням конференцій, тематичних виставок, тренінгів та семінарів.

Невирішеними питаннями впровадження сільського туризму є відсутність методології формування концептуальних засад підприємницької діяльності, інструментарію впровадження територіально-виробничих форм та перспективних напрямів розвитку транскордонного співробітництва підприємців у сфері сільського аграрного туризму [1]. Це потребує розробки відповідних науково-прикладних рішень – бізнес-моделей і планів, які зараз перебувають на етапі кластеризації і розробки [8].

Формулювання цілей статті. У роботі передбачено огляд основних проблем розвитку сільського туризму в Україні, дослідження існуючих бізнес-моделей та їх конкретизація.

Виклад основного матеріалу досліджень. Основні проблеми розвитку аграрного туризму в Україні полягають у тому, що в Європі і світі немає образу України як цікавої для агротуризму території; у недооцінюванні місцевою владою і населенням значення місцевих пам'яток історії та культури як туристичного ресурсу; у відсутності в сільського населення організаційних, психологічних та інших навичок

туристичного бізнесу; у нестачі початкового капіталу і пільгового механізму кредитування потенційних підприємців у сфері аграрного туризму.

Протягом останніх років формувалися різноманітні практики проектування бізнес-моделей у сфері сільського туризму. Зарубіжний і вітчизняний досвід показав, що тренди вибору тієї чи іншої бізнес-моделі залежні від специфіки розвитку туристичної індустрії, практики, культури, традицій, соціально-економічного розвитку сільського господарства та сільських територій. Аналіз практики організації сільського туризму показує, що традиційними виступають три бізнес-моделі сільського туризму, формування яких визначається, в першу чергу тенденціями соціально-економічного розвитку сільських місцевостей і зайнятості населення: концентрована, інтегрована та розподілена. У табл. 1 наведено приклад кластеризації відомих бізнес-моделей сільського туризму, представлений у роботі [8].

1. Основні бізнес-моделі сільського туризму

Концентрована	Інтегрована	Розподілена
<ul style="list-style-type: none"> – національні гостьові садиби; – здавання в тимчасове користування будинків і кімнат в сільській місцевості в екологічно чистих районах; – сільська садиба; – туристична гостьова садиба 	<ul style="list-style-type: none"> – організація сільських турів з проживанням та харчуванням у фермерському будинку, знайомством з традиційним сільським побутом і ремеслами; – мисливське господарство; – риболовно-дозвільний центр; – сільське подвір'я; – сільськогосподарські парки; – екоферми 	<ul style="list-style-type: none"> – історичні поселення; – відтворення соціокультурного середовища сільського поселення; – створення туристичних сіл на основі існуючих поселень з традиційною народною архітектурою; – стилізовані туристські села

Концентрована та *інтегрована* бізнес-моделі географічно локалізовані в межах окремого сільськогосподарського підприємства – суб'єкта сільського туризму. Вони відрізняються рівнем спеціалізації.

Концентрована модель передбачає отримання основного доходу за рахунок послуг розміщення, а всі інші види діяльності для туриста є додатковими.

Інтегрована бізнес-модель застосовує стратегію горизонтальної диверсифікації, коли послуги розміщення на пропорційній або паритетній основі поєднуються з іншими видами туристичної діяльності.

Розподілена бізнес-модель сільського туризму відрізняється географічної локалізацією, що виходить за межі окремого сільськогосподарського підприємства. Як правило, це історичні, відтворені або спеціально створені поселення. Ключова особливість цієї моделі – об'єднання різноманітних об'єктів показу і суб'єктів надання туристських послуг, а також пропорційний або паритетний розподіл туристських потоків. При цьому виділити якийсь один пріоритетний або переважний вид діяльності (розміщення, дозвілля або розвага) практично неможливо.

Автор роботи [8] також пропонує мережну і ресурсну моделі. Вони дозволяють точніше врахувати сучасні тенденції попиту, розвитку інноваційних технологій туристичного показу і обслуговування, а також використовувати ефективні практики впровадження окремих бізнес-технологій.

Під *мережною* бізнес-моделлю сільського туризму розуміють такий спосіб організації надання туристичних послуг, при якому суб'єкт сільського туризму реалізує функції туроператора згідно із замовленнями споживачів, формуючи індивідуальні сільські тури з відвідуванням інших об'єктів показу. Підвидами мережної моделі є етнографічний і сільський краєзнавчий туризм.

Ресурсна бізнес-модель сільського туризму передбачає отримання основної частини доходів від роздрібних продажів результатів сільськогосподарської діяльності, наприклад гастрономічний туризм.

Першочерговим завданням бізнес-моделювання є прогнозування обсягів ринку послуг за окремими напрямками діяльності і формування в потенційних споживачів потреби в такому виді активного відпочинку.

Інструментом конкретизації певної бізнес-моделі для генерації бізнес-плану може бути відома модель «Canvas» [9], яка передбачає опис сегментів споживачів, ключових цінностей, каналів, взаємовідносин з клієнтами, потоків доходів, ключових ресурсів, дій та партнерів і структури витрат.

На основі моделі «Canvas» можна розробляти докладні бізнес-плани агротуристичної діяльності, як документи розвитку господарства. Вони дають змогу розглянути всі аспекти, пов'язані з початком і наступними життєвими циклами туристичного продукту, перевірити матеріальні,

трудові і грошові ресурси, які знадобляться у різних виробничих, ринкових фінансових ситуаціях.

У роботі наведено приклад інтегрованої бізнес-моделі роботи спортивно-оздоровчої бази в заповідній зоні навчально-дослідного лісгоспу ХНАУ ім В.В. Докучаєва (табл. 2).

2. Основні блоки бізнес-моделі «Canvas» спортивно-оздоровчої бази ХНАУ ім. В.В. Докучаєва

Ключові партнери	Ключові активності	Ключові ресурси
<ul style="list-style-type: none"> – місцева рада; – туристичне агентство ХНАУ; – постачальники ресурсів; – банки; – інвестори 	<ul style="list-style-type: none"> – харчування; – екскурсії; – навчальна практика здобувачів; – паркінг; – спорт, розваги; – інтернет 	<ul style="list-style-type: none"> – трудові; – фінансові; – матеріальні; – нематеріальні; – інтелектуальні.
Цінність пропозиції	Канали	Потенційні клієнти
<ul style="list-style-type: none"> – проживання; – харчування; – навчання; – культурно-розважальні програми; – туристичні прогулянки 	<ul style="list-style-type: none"> – Інтернет-сайт; – туристичне агентство ХНАУ; – газета «Знання»; – телебачення; – реклама 	<ul style="list-style-type: none"> – сім'ї співробітників ХНАУ; – здобувачі ХНАУ; – люди похилого віку
Структура витрат	Ціна за прайсом	Відносини з клієнтами
<ul style="list-style-type: none"> – залучення спеціалістів; – комунальні послуги; – закупки матеріалів; – початкові інвестиції на реставрацію; – реклама; – затрати на виплату заробітної плати 	<ul style="list-style-type: none"> – оплата проживання; – транспортні послуги; – харчування; – послуги провідників; – відвідування місцевих історичних пам'яток 	<ul style="list-style-type: none"> – консультування в турагентстві ХНАУ; – документальне оформлення відпочиваючих; – формування груп; – інформування про організацію роботи груп

Сільський туризм може стати провідним засобом залучення коштів для відновлення галузей сільськогосподарського виробництва навчально-дослідного господарства університету.

Висновки. Для подальшої активізації розвитку аграрного туризму в Україні необхідно розробити методичну та нормативно-правову базу, яка б визначала організаційні умови надання послуг сільського туризму; створити спеціальні інформаційні ресурси для залучення потенційних клієнтів; організувати підготовку профільних фахівців, навчання та перекваліфікацію сільських господарів, незайнятого сільського населення для роботи в галузі сільського туризму; активно просувати український агротуризм за кордоном.

З метою впровадження сільського туризму слід і надалі систематизувати налагоджені бізнес-моделі і надавати їх конкретизацію у вигляді готових шаблонів бізнес-планів. Для цього слід залучати досвід відповідних експертів, фахівців консалтингових фірм, дорадників, наукових працівників.

Дієвим способом покращення туристичної привабливості території є поєднання зусиль підприємців і влади з формування регіональних стратегій розвитку територіально-виробничих форм агротуризму.

Бібліографічний список: 1. Герасименко В.Г., Нездоймінов С.Г. Аграрний туризм як вид підприємництва: монографія // В.Г. Герасименко, С.Г. Нездоймінов – Одеса: Пальміра, 2011. – 178 с. 2. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: навчальний посібник. – Київ: Альтерпрес, 2004. – 192 с. 3. Аграрний туризм в Україні: проблеми и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brandstory.com.ua/agrarnyj-turizm/>. 4. Сельский зеленый туризм в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/podmogilnye.htm. 5. Чисельність наявного населення України: стат. зб. / станом на 1 січня 2018 року. – Київ: Державна служба статистики України, 2018. 6. Про особисте селянське господарство: Закон Ураїни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/742-15>. 7. ГО «Спілка сприяння розвитку сільському зеленому туризму» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/>. 8. Трухачев А.В. Бизнес-модели сельского туризма при образовании туристского кластера // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. – 3(64). – С. 260-275 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/download/23611733.pdf>. 9. Alexander Osterwalder & Yves Pigneur: The Business Model Generation. – ISBN 978-5-8459-1731-7.

Т.А. Бутенко, В.М. Дєміна, В.Н. Сырый, Ю.А. Сотников.
Внедрение сельского туризма в Украине: проблемы, бизнес-модели,

бизнес-планирование. В статье проанализированы проблемы развития сельского туризма в Украине. Приведены данные об основных бизнес-моделях агротуризма. Конкретизирована интегрированная бизнес-модель спортивно-оздоровительной базы в заповедной зоне учебно-опытного лесхоза ХНАУ им В.В. Докучаева. Представлены рекомендации по активизации развития аграрного туризма в Украине.

Ключевые слова: сельский туризм, зеленый туризм, экотуризм, бизнес-модель, бизнес-план.

T.A. Butenko, V.M. Dyomina, V.M. Syry, Y.O. Sotnikov.
Introduction of rural tourism in Ukraine: problems, business models, business planning.

The article cites the following problems of the development of rural tourism in Ukraine: the lack of a sufficient regulatory framework; the lack of a methodology for the formation of conceptual bases for entrepreneurial activity; lack of tools for the introduction of territorial production forms and promising areas for the development of cross-border cooperation of entrepreneurs.

Solving these problems requires the development of scientific and applied solutions. The article shows the necessity of clustering existing business models and developing appropriate business plans taking into account the specifics of Ukraine and its regions. The article describes the main business models of rural tourism: concentrated, integrated, distributed, network and resource models.

The authors of the article suggest using the tool "Canvas" for concretizing the business model of rural tourism and developing an appropriate business plan. The article introduces the integrated business model of sports and recreation facilities in the protected area of the training and experimental forestry of the KNAU named after V.V. Dokuchaev.

The authors of the article presented recommendations on the activation of the development of agrarian tourism in Ukraine: the development of a methodical and regulatory framework for rural tourism; creation of special information resources for attracting potential customers; organization of training of specialized specialists; promotion of Ukrainian rural tourism abroad; joint efforts of entrepreneurs and authorities to form regional strategies for the development of territorial-production forms of rural tourism.

Key words: rural tourism, green tourism, ecotourism, business model, business plan.

Стаття надійшла до редакції: 08.01.2018 р.